

营销与服务

广告诉求与品牌个性感知差异 对消费者购买意愿的影响研究

王霞, 邹德强, 赵平

1.中国人民大学商学院; 2.复旦大学管理学院; 3.清华大学经济管理学院

摘要:

以汽车品牌为例, 通过对比企业广告诉求和消费者品牌个性感知的差异, 从品牌个性为消费者带来不同利益的角度探索这种差异对购买意愿的影响。实证结果表明, 对于功能性和体验性品牌个性, 广告诉求超出消费者品牌个性感知越多, 购买意愿越低; 反之亦然。对于象征性品牌个性, 当消费者“圆熟”个性感知低于广告诉求时, 广告诉求超出消费者感知越多, 购买意愿越高。研究结论对企业的广告策略和品牌个性管理具有参考价值。

关键词: 品牌个性 广告诉求 购买意愿

Gaps between Brand Personality Perception and Advertising Appeal on Consumer Purchase Intention: A Study on Auto Brands

WANG Xia, ZOU De-Qiang, ZHAO Ping

1. Renmin University of China, Beijing, China; 2. Fudan University, Shanghai, China; 3. Tsinghua University, Beijing, China

Abstract:

The purpose of this study is to investigate the gap between brand personality perception and advertising appeal; and analyzes the impact of the gap on purchase intention from the perspective of the benefits of brand personality. The results show that there are positive relationships between the gaps from functional and experimental benefits brand of personality and purchase intention. And there is negative relationship between the gap from sophistication symbolic benefit and purchase intention when the gap is below zero. Managerial implications for advertising strategy and brand personality are also discussed.

Keywords: brand personality advertising appeal consumer purchase intention

收稿日期 2010-02-01 修回日期 网络版发布日期

DOI:

基金项目:

通讯作者: 王霞(1977~), 女, 山东胶南人。中国人民大学(北京市100872)商学院讲师, 博士。研究方向为广告和消费行为。

作者简介:

作者Email: wangxia@ruc.edu.cn

参考文献:

本刊中的类似文章

1. 赵红, 张晓丹. 基于品牌个性维度的品牌定位诊断及实证研究[J]. 管理学报, 2010,7(7): 1039-
2. 陈振东. 基于CBBE视角的品牌年轻化研究: 以品牌个性和品牌忠诚为视角[J]. 管理学报, 2009,6(7): 972-
3. 关辉, 董大海. 中国本土品牌形象对感知质量 顾客满意 品牌忠诚影响机制的实证研究——基于消费者视角[J]. 管理学报, 2008,5(4): 583-
4. 常亚平, 阎俊, 方琪. 企业社会责任行为、产品价格对消费者购买意愿的影响研究[J]. 管理学报, 2008,5(1): 110-

扩展功能

本文信息

- ▶ Supporting info
- ▶ PDF(151KB)
- ▶ [HTML全文]
- ▶ 参考文献[PDF]
- ▶ 参考文献

服务与反馈

- ▶ 把本文推荐给朋友
- ▶ 加入我的书架
- ▶ 加入引用管理器
- ▶ 引用本文
- ▶ Email Alert
- ▶ 文章反馈
- ▶ 浏览反馈信息

本文关键词相关文章

- ▶ 品牌个性
- ▶ 广告诉求
- ▶ 购买意愿

本文作者相关文章

- ▶ 王霞
- ▶ 邹德强
- ▶ 赵平

PubMed

- ▶ Article by Wang, X.
- ▶ Article by Zou, D. J.
- ▶ Article by Zhao, P.

5. 吴坚, 符国群. 品牌来源国和产品制造国对消费者购买行为的影响[J]. 管理学报, 2007,4(5): 593-879-
6. 常亚平, 韩丹, 姚慧平, 张金隆. 在线店铺设计对消费者购买意愿的影响研究[J]. 管理学报, 2011,08(06):

文章评论

反馈人	<input type="text"/>	邮箱地址	<input type="text"/>
反馈标题	<input type="text"/>	验证码	<input type="text"/> 8869